**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA
MEREK DAN MINAT BELI KOSMETIK EMINA**

Oleh :

Santiyah Kus Pratama Ningrum
Mahasiswa Prodi Manajemen

Erminati Pancaningrum,ST.,MSM
Dosen Pembimbing

Fakultas Ekonomi,STIE PGRI Dewantara Jombang
Email: santiakuspn@gmail.com

ABSTRAK

Electronic Word Of Mouth banyak dimanfaatkan konsumen untuk menggali informasi mengenai suatu produk. Informasi yang diperoleh dari berbagai sumber di internet akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap citra merek dan mendorong minat beli. Penelitian ini menganalisis pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap citra merek dan minat beli. Sampel penelitian ini terdiri dari 83 responden pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara. Hasil penelitian menunjukkan *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap citra merek dan minat beli. Pengujian mediasi menyimpulkan bahwa citra merek memediasi penuh hubungan *Electronic Word Of Mouth* terhadap minat beli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Uji validitas dengan *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*. uji reliabilitas diukur dengan *Composite Reliability* dan *Crobach Alpha*. Uji hipotesis menggunakan program Warp PLS versi 3.0. Uji model penelitian menggunakan *inner model* dan *outer model*. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis SEM PLS

Kata Kunci : *Electronic Word Of Mouth*,Citra Merek,Minat Beli